

**PENERAPAN *AUGMENTED REALITY* UNTUK PEMASARAN  
FRAME KACAMATA PADA OPTIK SADAR SEMARANG**  
*AUGMENTED REALITY APPLICATION FOR MARKETING FRAMES OF GLASSES IN  
OPTIK SADAR SEMARANG*

**Hanifah Nurul Izzah**  
Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi  
Universitas Semarang  
[hanifahnurul42@gmail.com](mailto:hanifahnurul42@gmail.com)

**ABSTRACT**

*Optical Sadar Semarang is a company engaged in buying and selling glasses. The process of buying or selling in the optical conscious semarang still uses the manual method of marketing goods through consumers in a direct way without any marketing tools. In this way, it is still felt to be ineffective because consumers do not know the detailed frames to be purchased, so that the problem is easier, so it is necessary to have applications that can facilitate consumers in selecting detailed eyeglass frames. Augmented Reality (AR) is an environment that incorporates 3-dimensional virtual objects into a real environment in real-time. Thus the author makes this research with the title of the application of eyeglass frame marketing using augmented reality on semarang conscious optics with the aim to facilitate the company in marketing eyeglass frames and make it easier for consumers to choose the eyeglass frame to be selected. In developing this application, the authors use data collection methods which consist of interview methods, observation methods performed on semarang's conscious optics. As for the system development method used by the author is Waterfall which has several stages, namely communication with optical owners, scheduling planning and tracking system requirements, modeling analyzing system requirements before programming, construction of system testing, and customer submission of systems or software, and the author uses system design in the form of Unified Modeling Language (UML). This application only displays 12 3D virtual objects of eyeglass frames, is expected to be developed into more variations of eyeglass frames.*

*Keywords: Optical Sadar, Augmented Reality, Eyeglass Frame*

**ABSTRAK**

Optik Sadar Semarang merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jual beli kacamata. Proses pembelian atau penjualan yang ada di optik sadar semarang masih menggunakan cara manual yaitu memasarkan barang melalui konsumen dengan cara langsung tanpa adanya alat bantu pemasaran. Dengan cara tersebut dirasa masih kurang efektif karena konsumen tidak tau rinci frame yang akan di beli, agar masalah tersebut lebih mudah maka perlu aplikasi yang dapat memudahkan konsumen dalam memilih frame kacamata dengan rinci. *Augmented Reality* (AR) adalah suatu lingkungan yang memasukkan objek virtual 3 dimensi kedalam lingkungan nyata secara *real-time*. Dengan demikian penulis membuat penelitian ini dengan judul penerapan pemasaran frame kacamata dengan menggunakan *augmented reality* pada optik sadar semarang dengan tujuan untuk memudahkan pihak perusahaan dalam memasarkan frame kacamata dan memudahkan konsumen untuk memilih frame kacamata yang akan di pilih. Dalam mengembangkan aplikasi ini, penulis menggunakan metode pengumpulan data yang terdiri dari metode wawancara, metode observasi yang dilakukan pada optik sadar semarang. Sedangkan untuk metode pengembangan sistem yang digunakan oleh penulis adalah *Waterfall* yang memiliki beberapa tahap, yaitu komunikasi dengan pemilik optik, perencanaan penjadwalan dan pelacakan kebutuhan sistem, pemodelan menganalisa kebutuhan sistem sebelum dibuat program, kontruksi yaitu uji coba sistem, dan penyerahan sistem atau perangkat lunak kepelanggan, dan penulis menggunakan perancangan sistem yang berupa *Unified Modeling Language* (UML). Aplikasi ini hanya menampilkan 12 objek *virtual* 3D frame kacamata, diharapkan dapat dikembangkan menjadi lebih banyak variasi frame kacamata.

Kata Kunci : Optik Sadar, *Augmented Reality*, Frame Kacamata